

الإبداع التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية
-دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية-
Technological innovation in the Algerian economic
establishment- Field study of a sample of Algerian economic
institutions -

أ. طيب سعيدة
أستاذة مساعدة "أ"
المركز الجامعي أحمد زبانة - غليزان
saidatayeb.48@gmail.com

قادري محمد
أستاذ محاضر "ب"
المركز الجامعي أحمد زبانة - غليزان
m_kad2005@yahoo.fr

تاريخ النشر: 01/03/2018

تاريخ القبول: 16/02/2018

تاريخ الإرسال: 24/12/2017

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة وإبراز واقع الإبداع التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، أين أصبح أحد العوامل الهامة المساهمة في تعزيز الموقف التنافسي وتحقيق الريادة في مجال الأعمال. وقد خلص هذا البحث إلى جملة من النتائج تم التوصل إليها، عن طريق دراسة ميدانية لـ 33 مؤسسة اقتصادية جزائرية، ذات طبيعة صناعية مختلفة النشاط والحجم والملكية، من خلال استبيان تم توزيعه على إطارات هذه المؤسسات، أن الإبداع التكنولوجي لا يزال يراوح مكانه، فبالرغم من اختلاف درجة تبنيه والإبداعات المحققة من مؤسسة لأخرى، إلا أنه لا يعدو أن يكون منتج محسن فقط في غالب الأحيان وتقليد لمنتجات الشركات الأجنبية الرائدة، رغم بعض المحاولات لعدد من الشركات التي تحاول النهوض والنمو والتطور بشركتها للأحسن، لكن لم تصل إلى مستوى درجة الإبداع، وذلك راجع لأسباب متعددة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسة الاقتصادية، الإبداع، الإبداع التكنولوجي، البحث والتطوير.

Abstract :

This study aims to identify and highlight the reality of technological innovation in the Algerian economic establishment, where it has become an important factor contributing to strengthening the competitive position and achieving leadership in the field of business. The study concluded that a number of results were reached through a field study of 33 Algerian economic institutions of a different industrial nature, activity, size and ownership, through a questionnaire that was distributed on the frames of these institutions, that technological innovation is still in place. The difference in degree of adoption and creativity achieved from one institution to another, but it is only a product often improved and the imitation of the products of foreign companies leading, despite some attempts to a number of companies that try to promote the growth and development of companies for the better, but did not reach the level of creativity, See for transitive reasons Of.

Keywords : economic institution, innovation, technological innovation, research and development.

تهديد:

تعمل المؤسسات المعاصرة في ظل ظروف متغيرة ومعقدة، تفرض عليها تحديات كبيرة وعديدة يتحتم عليها التكيف معها ومواجهتها بكفاءة وفعالية، الأمر الذي يتطلب منها قدرات إبداعية عالية تتمكن من تطوير وخلق حلول وأفكار جديدة تمكنها من الاستمرار والنمو. ويتزايد الاهتمام بالإبداع في ظل التحديات المتنامية التي تفرضها العولمة والتغيرات التكنولوجية والتقنية المتسارعة والمنافسة الشديدة وثورة المعلومات والمعارف، وتحول المؤسسة من النمط الصناعي إلى ما أصبح يعرف باقتصاد المعرفة. هذا واستجابت العديد من منظمات الأعمال للحاجة إلى الإبداع بطرق مختلفة ومتفاوتة، فالبعض بنى سياسات شاملة للإبداع على مستوى الأفراد والمؤسسة ككل، وقامت بتوفير الإمكانيات اللازمة لذلك والمناخ الملائم وإنشاء وحدات تنظيمية لتطوير الإبداع وتنميته باعتباره ميزة تنافسية، تسعى من خلاله إلى تحقيق التطور والنمو والازدهار الاقتصادي في ظل بيئة أعمال مضطربة وديناميكية وازدياد حدة المنافسة وخاصة الدولية، مما يتطلب من المؤسسات رفع قدراتها التنافسية والتكيف مع المتغيرات التي تطرأ على بيئتها. هناك العديد من المكونات والعوامل والموارد التي تحتاج إلى جمعها عندما تهدف إلى إنشاء منظمة مبتكرة. ومع ذلك، هناك شيء واحد يمكن أن تجعل ذلك ممكناً ويتحقق أو يكسرهما: القيادة¹. إذن لا تكفي توفر عوامل وإمكانات كبيرة لتحقيق إبداعات في المؤسسة إن لم تكن هناك قيادة رشيدة تقوم على الاستغلال الأمثل للإمكانيات المسخرة والإدارة الجيدة لها على جميع المستويات لتحقيق الإبداعات والأهداف المسطرة.

ويطرح العديد من التساؤلات عن سر بقاء وسمود شركات ومؤسسات عالمية وتفوقها المذهل مثل مايكروسوفت، سامسونغ، سوني، آبل، Apple، وغيرها من المؤسسات العالمية، واختفاء أخرى، فما السر من ذلك؟ فهل بقاءها هو قدرتها التنافسية، أم أسلوب الإبداع الذي تتبعه وتطبيقه؟ وهل الإبداع أمر حتي لجميع المؤسسات والشركات؟

فما هو الإبداع والإبداع التكنولوجي؟ وما أهميته وتأثيره على المؤسسة؟ وهل هناك عوائق تحول دون تجسيده في المؤسسة؟ كلها تساؤلات سنجيب عليها في هذا البحث.

وعليه كانت إشكالية البحث: ما واقع الإبداع التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟ للإجابة على إشكالية البحث ارتأينا التطرق إلى الأسئلة التالية:

- ما هو الإبداع وما أهمية تبنيه من طرف المؤسسة؟
- ما هو الإبداع التكنولوجي؟ ما هي أهم مصادره ومحدداته، وطرق قياسه؟
- ما واقع الإبداع التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وما درجة تبنيه؟ من خلال دراسة عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

1. مفهوم الإبداع:

إن تعدد مفاهيم الإبداع واختلاف وجهات النظر حول تحديد تعريفه وماهيته، أدى ذلك إلى تعدد وتنوع اهتمامات الباحثين التي ساهمت في هذا الاختلاف، حيث نجد العديد من التعريفات المقدمة للإبداع من طرف الخبراء والباحثين ومن جوانب مختلفة ومتعددة فمنهم من يتناوله على أساس العملية الإبداعية أو الطريقة

التي يبدع بها، وهناك من يركز على الإنتاج الإبداعي، ومن يتحدث عن السمات الشخصية للمبدعين، ومن يتناول الإمكانيات الإبداعية.

طبقا لقاموس بنجوين السيكولوجي **The Penguin Dictionary Psychology** يعرف الإبداع على انه "عملية عقلية تؤدي إلى حلول وأفكار، ومفاهيم، وأشكال فنية، ونظريات، ومنتجات تتصف بالتفرد والحدثة"². ويعرفه القاموس الكبير **ROBERT (1970)** بأنه "إدخال في شيء جديد قائم بحد ذاته شيئا جديدا غير معروف"³.

يرجع الفضل في استعمال الإبداع لأول مرة في المجال الاقتصادي إلى المفكر الاقتصادي النيوكلاسيكي النمساوي جوزيف شومبيتر والذي يعد المنظر الأول للإبداع، كما هو موضح في كتابه "نظرية التطور الاقتصادي" لسنة 1912. حيث قدم في هذا السياق نظرية الإبداع الحقيقية. ويعتقد **Schumpeter** أن الرأسمالية هي عملية ديناميكية تتكون من حركات طويلة، دورات النمو والأزمات تأتي وتذهب، هذا هو بالضبط الإبداع، الذي يعرف بأنه عملية التدمير الخلاق **un processus de destruction-créatrice** الذي يشكل محرك هذه الديناميكية. يقول **Schumpeter (1942)** بأن النمو الاقتصادي في نظام رأسمالي يحدث عن طريق التدمير الخلاق، فهي عملية أين يتم باستمرار تدمير القديم ومن ثم تحرير الموارد الجديدة⁴. في أولى أعماله يرى **Schumpeter** الإبداع بأنه ثمرة عمل الوكيل الاقتصادي على وجه الخصوص: صاحب المشروع الفردي الذي يكسر التدفق الدائري في الاقتصاد من خلال المراهنات على الطلب المستقبلي على منتجات أو عمليات جديدة، على افتتاح سوق جديدة، على استخدام نوع جديد من موارد طبيعية أو تنظيم قطاع بأكمله للاقتصاد، ويعتبر شومبيتر أن الإبداعات مصممة في فترات الأزمات، قبل أن تغذي نفسها النمو⁵. في عمله في وقت لاحق ركز **Schumpeter** على الشركات المبتكرة الكبيرة، وهي تحل محل رجال الأعمال الفرديين، والشركات المبتكرة الصغيرة لأن في نهاية المطاف لديهم الوسائل المالية لدعم الإبداع والابتكار وهو ما يؤدي إلى تغيير تعريف الإبداع للخروج من هذا النهج الجديد⁶. ودائما حسب الباحث فإن الإبداع هو نتيجة أعمال وظيفة R&D التي أجريت في المخابر الكبيرة للبحوث الصناعية، مكونة من أفراد من ذوي المهارات العالية المتخصصة لإنجاز الأعمال والنشاطات التي هي مصدر الإبداع والابتكار. وقد عرفه بأنه "تنفيذ تركيبية جديدة من الموارد الإنتاجية"، يتوافق مع عملية توليد وملكية مجموعة من الموارد العلمية، التقنية والمالية للشركة أو مجموعة من الشركات، تؤدي إلى إنتاج السلع الجديدة، واعتماد تكنولوجيات وأساليب جديدة ومخططات تنظيم سوق العمل، وفتح أسواق جديدة⁷. وعرفه كذلك بأنه "الحصيلة الناتجة عن ابتكار طريقة أو نظام جديد في الإنتاج يؤدي إلى تغيير مكونات المنتج وكيفية تصميمه"⁸.

والإبداع مصطلح عام لا يعني فقط الإبداع التقني وإنما كذلك التقدم المعرفي والحوكمة، وهو محرك رئيسي للإنتاجية والتنافسية⁹. وللداء والفعالية الاقتصادية. وهو استخدام معرفة جديدة من أجل تغيير العمليات التنظيمية أو خلق منتجات وخدمات يمكن تسويقها¹⁰، والعملية التي من خلالها يمكن صياغة أفكار جديدة ووضعها موضع التنفيذ¹¹، بمعنى تحويل الأفكار الجديدة إلى تطبيقات ملموسة. عرفه **Peter Drucker** بأنه تغيير في ناتج الموارد، وبعبارة أخرى هو تغيير في القيمة والرضا الناتجين عن الموارد المستخدمة من قبل المستهلك¹²، ويرى **Drucker** في هذا المجال أنه في منظمة القرن العشرين كان العنصر الأكثر أهمية هو تمييز

وسائل الإنتاج، في حين في منظمة القرن الواحد والعشرين سواء كانت المنظمة تجارية أو غير ذلك فهو تامين عامل المعرفة فيها. ويعرفه كذلك بأنه التغيير الذي يخلق بعدا جديدا من الأداء¹³. يتم تعريف الإبداع بأنه إدخال منتجات جديدة أو محسنة بشكل ملحوظ، عمليات فنية جديدة، وأساليب تنظيمية، وأساليب التسويق في الممارسات التجارية الداخلية أو في السوق المفتوحة. الاستثمار في R&D وعوامل أخرى غير ملموسة مثل الاستثمارات في مجال البرمجيات، التعليم العالي، وتدريب العمال والإطارات، هي المدخلات الرئيسية الدافعة لعمليات الإبداع والابتكار¹⁴. وفي تعريف آخر "وضع في السوق منتج جديد أو منتج يضم خصائص جديدة، وأيضا إدخال طريقة إنتاج جديدة أو تنظيم جديد في المؤسسة"¹⁵.

أي تنظيم للأعمال والنشاطات الإبداعية، سواء كان ذلك تصنيع أو خدمة تقدم، يمكن أن ينظر إليه على أنه عملية تحويل المدخلات (مثل المواد الخام والمهارات) إلى مخرجات (على سبيل المثال منتجات ملموسة أو غير ملموسة الخدمات)؛ فيما يتعلق بهذه العملية، يمكن للإبداع أن يكون أحد الخيارات التالية¹⁶:

1. نواتج أو مخرجات الإبداع، أي الإبداع في المنتجات والخدمات والتعبئة والتغليف والتسليم.
2. مدخلات الإبداع، أي الإبداع في المواد المستخدمة، المصدر ووضع الإمدادات.
3. عملية الإبداع، أي الإبداع في العمليات التكنولوجية والمهارات والتقنيات والنظم التنظيمية والإجراءات الإدارية التي تشارك في تحويل المدخلات إلى مخرجات.

وهناك نوع من الإبداع يسمى بالإبداع المتقطع وهو الإبداع الذي يخلق تحولاً متميزاً وهاماً جداً يتعلق بالاختصاص الأساسي للشركة أو الشبكة، يمكن إنشاء مثل هذا الإبداع بتحويل التكنولوجيات الجديدة، ونماذج الأعمال التجارية أو إدخال تغييرات تنظيمية. التقطع التكنولوجي يمكن تعريفه بأنه "تكنولوجية تسفر عن تغيير كبير من خلال إنشاء تقنية بديلة للمنتجات أو العمليات في صناعة بعينها"¹⁷. جانب آخر من الإبداعات الحديثة تنطوي على التعاون الخارجي، فضلا عن الداخلي. سابقا كانت معظم الشركات المعنية بالبحث والتطوير R&D تعتمد السرية الكبيرة حول عملياتها. أما اليوم هناك ظهور ما يسمى "الإبداع المفتوح" نمط جديد من الإبداع يهدف الشركات من ورائه إلى تحقيق المنافع المتبادلة للجمع بين الموارد الإبداعية لما فيه المصلحة المشتركة¹⁸. وقد صاغ مصطلح "الإبداع المفتوح" Henry Chesbrough في عام 2003.

هذا وقد أجمع الاقتصاديون على تقديم تعريف موحد للإبداع على أنه "مرتبط بابتكار حداثه، يحمل قيمة اقتصادية، وبمفردات أخرى يمكن فهمها بعملية رفع مخزون المعارف التي يمتلكها المجتمع، وتكون على شكل تحسينات (إضافات) تخص جميع السلع والخدمات وطرائق الإنتاج الموجودة، وبذلك تؤثر مباشرة في مستوى معيشتنا"¹⁹. وتستمر الحاجة إلى الإبداع مع تنامي التنافس العالمي وازدياد الحاجات، فمنظمات الأعمال التي تقوم باستثمارات تعمل على تحسين جودة المنتجات والتي تعزز وتدعم عمليات التصميم وتحدد استراتيجيات تسويق ابتكارية دائما ما تنجح في زيادة حصتها السوقية ونموها. ويمكن إبراز أهمية الإبداع بالنسبة لمنظمات الأعمال كونه يمثل:

- مصدر للتميز التنافسي، ولأسواق ومنافذ جديدة ووسيلة لتخفيض التكاليف²⁰؛

- تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء: يؤدي الإبداع التكنولوجي من خلال تفعيل البحث والتطوير واستخدام تقنيات متطورة إلى زيادة القدرة الإنتاجية للمؤسسة، كما يعمل على الاستغلال العقلاني لمواردها المادية والمالية والبشرية والتكنولوجية، مما يعمل على تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء²¹؛
- عامل تحفيز بالنسبة للمؤسسة كما هو عامل محرك ومثير للأسواق، بما أنه مصدر لحركية ونشاط كبير للقطاع الذي تنشط فيه²²؛
- يعتبر كعامل أساسي في زيادة الإنتاج والمنتجات والمبيعات، جذب الاستثمارات، ويعتبر حافز أساسي في خلق مناصب عمل ودعم القدرة التنافسية والحفاظ على مركزها السوقي ودخول أسواق ومنافذ جديدة ومن ثم تحقيق الريادة²³؛
- تطوير منتجات جديدة ذات جودة عالية، لتلبية حاجيات الزبائن الدائمين والمحتملين²⁴؛
- يؤدي الإبداع إلى إيجاد أساليب وطرق إنتاج أو منتجات جديدة تجعل المنظمات متميزة في طرح منتجاتها، ولا تقتصر أهميته على مستوى الإنتاج بل تتعداه إلى مجالات أخرى كالتسويق؛ ويعمل كذلك على تدعيم التنمية الاقتصادية والاجتماعية عبر إيجاد الأساليب والتقنيات التكنولوجية الملائمة والمدعمة للتنمية²⁵؛
- يساعد على تخفيض الفترة بين تقديم منتج جديد وآخر مما يسهم في تميز المؤسسة من حيث التنافس بالوقت²⁶.

II. الإبداع التكنولوجي:

أستعمل مصطلح الإبداع التكنولوجي بالمعنى الحديث لأول مرة من طرف الاقتصادي Josef Schumpeter²⁷ سنة 1939، بقوله أن الإبداع التكنولوجي هو التغيير المنشأ أو الضروري، وقد ورد هذا التعريف في القاموس الإنكليزي أكسفورد (OED : L'Oxford English Dictionary).

وعرفه المفكر J.MORIN على أنه " وضع حيز التنفيذ أو الاستغلال تكنولوجيا موجودة، والتي تتم في ظروف جديدة، وترجم بنتيجة صناعية"²⁸. يعرف كل من Mellissa. S&François.T الإبداع التكنولوجي بأنه الإطلاق الفعلي لأسلوب جديد أو مادة جديدة من أجل تلبية رغبات الزبائن وتحقيق أهداف تجارية²⁹. وهو يتعلق بالمنتجات والعمليات الجديدة من الناحية التكنولوجية والتحسينات التكنولوجية الكبيرة في المنتجات والعمليات التي تم إجراؤها³⁰. وعرفته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE)³¹ بأن: " مجموعة من الإجراءات العلمية والتكنولوجية والتنظيمية والمالية والتجارية، بما في ذلك الاستثمار في المعارف الجديدة، التي تعمل أو تهدف إلى تحقيق وإنجاز منتجات وعمليات تكنولوجية جديدة أو محسنة". فالإبداعات التكنولوجية تغطي المنتجات الجديدة والأساليب الفنية الجديدة، وأيضا التغييرات التكنولوجية المهمة للمنتجات والأساليب الفنية، ويكتمل الإبداع التكنولوجي عندما يتم إدخاله للسوق (إبداع المنتج) أو

استعماله في أساليب الإنتاج (إبداع الأساليب). وهو: "تلك العملية التي تتعلق بالمستجدات الايجابية، والتي تخص المنتجات بمختلف أنواعها وكذلك أساليب الإنتاج"³².

يمكن تصنيف الإبداع التكنولوجي حسب طبيعته إلى خمس أنواع، وهو تصنيف الاقتصادي Schumpeter³³:

- ◀ إنتاج منتجات جديدة.
- ◀ أساليب فنية جديدة للإنتاج.
- ◀ أسواق جديدة.
- ◀ مصادر جديدة للمواد الأولية.
- ◀ أشكال جديدة للتنظيم.

حيث يمكن أن يكون الإبداع التكنولوجي منتج، أسلوب فني جديد، ويمكن أن يكون دخول سوق جديدة أو اكتشاف مصدر جديد للمواد الأولية كما يمكن أن يكون خلق تنظيم جديد.

1. أنواع الإبداع التكنولوجي: يمكن تقسيمه وفقا لعاملين وهما: طبيعة الإبداع التكنولوجي حيث نجد الإبداع التكنولوجي للمنتج والإبداع التكنولوجي لأسلوب الإنتاج، والعامل الثاني هو درجة الإبداع التكنولوجي والذي يقسم إلى إبداع جزئي أو تدريجي وإبداع جذري أو نافذ.

1.1. طبيعة الإبداع التكنولوجي:

يمكن التمييز بين نوعين أساسيين وهما:

1.1.1 الإبداع التكنولوجي للمنتج: ويقصد به إحداث تغيير في مواصفاته أو خصائصه وذلك

لإشباع حاجيات وتلبية رغبات بشكل أفضل. ويهدف إلى عرض منتجات في السوق تتميز

بالتجديد مقارنة مع المنتجات المعروضة في السوق، ويمكن أن يكون الإبداع في الوظائف التي

يؤديها المنتج أو في شروط استعماله³⁴.

والإبداع التكنولوجي للمنتج يتعلق بثلاثة جوانب هي³⁵:

- إبداع التركيبة الوظيفية للمنتج كاختراع تركيبة جديدة للمنتج أو تغيير جذري فيها.
- إبداع التركيبة التكنولوجية للمنتج ويخص الخصائص التقنية للمنتج.
- إبداع العناصر أو الخصائص المقدم فيها المنتج وتخص الشكل المقدم فيه المنتج.

2.1.1 الإبداع التكنولوجي لأساليب الإنتاج: ويعرف بأنه "كل تجديد أو تغيير في أساليب الإنتاج

يهدف إلى تحسينه وتخفيض تكاليف الإنتاج"³⁶. ويهدف أيضا إلى تحسين أداء الأسلوب الفني

الإنتاج مما يترتب عنه نتائج ايجابية في المردودية وكمية المخرجات وانخفاض تكلفة الوحدة

المنتجة"³⁷.

ويقصد به من خلال هذين التعريفين معالجة أساليب الإنتاج للمنتج بهدف تحسين الأداء من الناحيتين

الفنية والاقتصادية مما يترتب عنه نتائج ايجابية في كمية المخرجات وانخفاض التكلفة للوحدة المنتجة.

2.1 درجة الإبداع التكنولوجي: يمكن التمييز بين نوعين من الإبداع:

1.2.1 الإبداع التكنولوجي الجزئي: ويعرف على أنه " القيام بإضافات صغيرة وتعديلات جزئية

سواء في المنتجات الموجودة حاليا وكذلك في العمليات والأساليب الإنتاجية المستخدمة"³⁸. ويقصد به إجراء تغييرات أو تحسينات تدريجية للعناصر المكونة للمنتج، ولا يتطلب هذا النوع من الإبداع معارف علمية جديدة أو معمقة³⁹. ويتميز هذا النوع باستمراريته كونه يتم تدريجيا، وهذا النوع لا يتطلب مجهودات كبيرة أو تكاليف كبيرة وقد يؤدي تراكمه وتحسيناته المستمرة والدائمة إلى إحداث تغيير جذري في المنتج أو أساليب الإنتاج.

2.2.1 الإبداع التكنولوجي الجذري:

ويقصد به " إجراء تغيير جذري أو جوهري على العناصر المركبة للمنتج ويتطلب قدرات ومعارف علمية جديدة ومعمقة"⁴⁰. ويعرفه كل من T. LOILIER, A. TELLIER بأنه: " استخدام معارف ومهارات جديدة من أجل أداء أفضل"⁴¹.

ومن هذه التعاريف فإن هذا النوع من الإبداع يحدث تغييرا جذريا جوهريا على المنتجات وأساليب الإنتاج وهو يتطلب مجهودات كبيرة وتكاليف كبيرة ومعارف علمية معمقة وجديدة يمنح للمؤسسة ميزة تنافسية وموقعا قويا في السوق.

2. مصادر الإبداع التكنولوجي:

تعتمد المؤسسة على العمل بالإبقاء على تنافسيتهما على عدة عوامل و مصادر مرتبطة بالإبداع التكنولوجي يمكن حصرها في أربع⁴²:

1. البحث والتطوير.

2. اقتناء تكنولوجيات متطورة من الخارج.

3. التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحث.

4. نشاطات أخرى مرتبطة بزيادة المعارف.

ويمكن دعم الإبداع التكنولوجي باقتناء تكنولوجيات متطورة تشمل اقتناء: تجهيزات تكنولوجية متقدمة، براءات الاختراع، تراخيص، علامات... وتشير العديد من الدراسات إلى وجود علاقة ايجابية بين الإنفاق على البحث والتطوير والإبداع التكنولوجي بمختلف أشكاله. هذا وتشير الدراسات إلى أن الشركات الأكثر نجاحا تستخدم استراتيجية البحوث والتطوير التي تربط الفرص الخارجية بجوانب القوة الداخلية وبالأهداف، وتتسم سياسات البحوث والتطوير الفعالة بتحقيق التوافق بين الفرص التسويقية والقدرات الداخلية كما تقدم وسيلة لمراجعة كل الأفكار⁴³.

ويتضمن نشاط البحث والتطوير أربعة أنواع رئيسية تتمثل في⁴⁴:

1- البحوث الأساسية: وهي البحوث التي تهتم بالحقائق والنظريات، أو أي بحوث أخرى في مجالات المعرفة المتنوعة.

2- البحوث التطبيقية: وهي البحوث الموجهة لحل مشكلات عملية تواجهها المؤسسات الكبيرة، لغرض إحداث تحسينات أو زيادة فعالية تطبيقات معينة.

- 3- البحوث التطويرية: وهي الأنشطة التي توجه تقنية أو مجموعة من التقنيات نحو تحسين التصاميم أو العمليات بهدف زيادة قابلية تسويق المنتجات أو تسهيل عملية إنتاجها.
- 4- البحوث المساعدة: أو بحوث تحسين المنتج وهي البحوث التي تسعى إلى إجراء تحسينات في وسائل وأدوات العمل التي تستخدم في أنماط البحوث.

III. الإبداع التكنولوجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية:

لتحقيق أهداف الدراسة اعتمدنا على سلسلة من الإجراءات العملية والتي تسمح بتقصي واقع الموضوع المدروس على مستوى المؤسسات، ولهذا الغرض تم التقرب من مجموعة من المؤسسات الاقتصادية ذات الطبيعة الصناعية من مختلف مناطق الجزائر (غرب-وسط-شرق) تختلف في طبيعتها من مؤسسات كبيرة، مؤسسات مصنفة صغيرة ومتوسطة، مؤسسات عمومية وأخرى خاصة والتي استقرت في الأخير في حدود (33) مؤسسة، وكانت العينة المختارة للدراسة وفقا للاعتبارات التالية:

مؤسسات مبدعة، وضعية رائدة في السوق، جودة ونوعية في المنتج؛

مؤسسات حققت إبداعات من قبل؛

مؤسسات تقوم أو قامت بعمليات التصدير؛

مؤسسات تعمل في بيئة شديدة التنافس، خاصة المنافسة الأجنبية.

1. وسائل الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية قمنا باستعمال الوسائل التالية:

- الاستبيان: حيث يحتوي على مجموعة من الأسئلة المتنوعة والتي نلمس من خلالها مدى اهتمام المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بموضوع الإبداع التكنولوجي ودرجة تبنيه، والذي شمل 12 عبارة.
- ❖ مجتمع الدراسة: استهدفت الدراسة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
- ❖ عينة الدراسة: تتكون عينة الدراسة من 33 مؤسسة اقتصادية وهي مؤسسات صناعية مختلفة النشاط، متواجدة بمناطق مختلفة من الوطن، حيث تم استهداف الإطارات متخذي القرارات في المؤسسات محل الدراسة والقادرة على تقديم المعلومات التي نحتاجها والمراد دراستها، تم توزيع الاستبيان على الإطارات المسيرة لعينة الدراسة (33 مؤسسة اقتصادية) والتي تم تحضيرها وفقا لمتطلبات البحث، وكان عدد الاستبيانات المسترجعة والقابلة للتحليل 165 استمارة.
- وكانت موزعة حسب نوع الملكية كالآتي:
 - 16 مؤسسة من القطاع العام؛
 - 17 مؤسسة من القطاع الخاص.
- مؤسسات مصنفة كبيرة، ومؤسسات مصنفة صغيرة ومتوسطة.
- تنتج في مجملها إلى القطاع الصناعي: صناعة صيدلانية، ميكانيكية، إلكترونية وكهرومنزلية، كهربائية، غذائية، نسيجية، تحويلية، ...

- **المقابلة:** حتى تتمكن من الحصول على معلومات مكملة غير موجودة في الاستبيان ومحاولة لإثراء المعلومات والتحليل، لجأنا إلى الاستعانة بالمقابلة مع إطارات هذه المؤسسات والتي كانت مع المدراء والمدراء التنفيذيين.

الجدول رقم (1) يلخص العينة المدروسة:

المنطقة	سنة بداية النشاط	عدد العمال	نوعية المنتج	طبيعة الملكية	المؤسسة
ولاية المدية	1987	654	صناعة دوائية	عمومية	صيدال/ الوحدة الإنتاجية للمضادات الحيوية
ولاية برج بوعريرج	2003	2600	صناعة الأجهزة الالكترونية والكهرومنزلية	خاصة	CONDOR
ولاية سيدي بلعباس	1983	1108	صناعة الأجهزة الالكترونية والكهرومنزلية	عمومية	ENIE
ولاية غليزان	2002	300	الصناعات الميكانيكية ولواحقها	عمومية	ORSIM filiale/BCR
ولاية الجزائر	1981	/	إنتاج، توزيع وصيانة السيارات الصناعية	عمومية	SNVI
ولاية تلمسان	2001	70	صناعة الهاتف	عمومية	INATEL
ولاية سيدي بلعباس	1974	1982	فروع متعددة: صناعة إنتاجية، مقاولاتية (20 شركة)	خاصة	مجموعة حسناوي
ولاية سيدي بلعباس	1987	100	Les composants électriques automobile	خاصة	KHENTEUR COMPOSANTS AUTOMOBILE
ولاية البلدية	1948	389	الأعمدة الكهربائية ولواحقها	خاصة	GRUPE KADRI LUMINAIRE
ولاية البلدية	1987	300	الصناعة الغذائية/العجائن	خاصة	SOSEMIE
ولاية غليزان	1985	210	Différents types de Chaudières	عمومية	CHAUDRAL
ولاية سيدي بلعباس	1981	550	الأنابيب البلاستيكية	خاصة	CHIALI TUBE
ولاية سيدي بلعباس	1976	400	العتاد الفلاحي/آلات الحصاد والجرارات	عمومية	CMA/SAMPO
ولاية سيدي بلعباس	1996	297	الجرارات الفلاحية ولواحقها	خاصة	FAMAG
ولاية تلمسان	1974	400	التحليل الكهربائي للزنك	عمومية	الشركة الجزائرية للزنك Alzinc

ولاية تلمسان	2003	420	Industrie métalliques	خاصة	BHM CONSTRUCTION
ولاية غليزان	1960	329	النسيج	عمومية	BOOM
ولاية غليزان	1993	260	الحليب ومشتقاه، الجبن	خاصة	سيدي سعادة
ولاية تلمسان	2015	35	فرع: الجرارات الفلاحية DEUTZ/SAME	خاصة	AGRO-INDUSTRIE
ولاية تلمسان	1978	430	الأجر والقرميد	عمومية	مؤسسة الخزف المنزلي - نافنة -
ولاية تلمسان	1981	200	الذرة ومشتقاتها	خاصة	مجمع متيعي - مصنع الذرة نافنة - مغنية
ولاية تلمسان	1965	/	MAETLAS	خاصة	MATELAS ATLAS
ولاية تلمسان	1999	140	MATELAS	خاصة	المؤسسة الوطنية للفراش المغاربي LIT-MAG
ولاية تلمسان	1965	110	النسيج	عمومية	مؤسسة نافنة لصناعة الملابس
ولاية تلمسان	1950	112	الصناعة التحويلية لمختلف أنواع الأتربة المستعملة في انجاز الآبار البترولية والمائية	عمومية	مؤسسة BENTOLIQUE ALGERIE
ولاية تلمسان	1996	35	صناعة الألمنيوم	عمومية	ALGAL GHAZAOUET
ولاية تلمسان	1987	120	صناعة زيت الزيتون، الصابون glycérine	خاصة	ATLAS CHIMIE
ولاية تلمسان	1993	140	صناعة الأجر الأحمر	خاصة	SARL BRIQUERIE ELGHAZI
ولاية تلمسان	2002	50	الحليب ومشتقاته	خاصة	حليب النجاح
ولاية تلمسان	1983	105	قنوات الري	عمومية	TRANS CANAL OUEST
ولاية تلمسان	1998	23	الخردوات البلاستيكية	خاصة	مؤسسة واضح للبيلاستيك

ولاية تلمسان	1978	370	الخزف الصحي	عمومية	الشركة الجديدة للخزف الصحي بالجزوات CERAMIG
ولاية تلمسان	/	/	صناعة مواد البناء	عمومية	الشركة الوطنية لإنتاج وتوزيع مواد البناء

2. تحليل إجابات أفراد العينة:

الجدول (02): يوضح إجابات أفراد العينة حول بيئة الإبداع في المؤسسة

التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الخيارات المتاحة					العبارة
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
1.593	1.262	3.5091	18	20	23	68	36	1. وجود مصلحة/ مديرية خاصة بالبحث والتطوير
			10.9	12.1	13.9	41.2	21.8	
0.934	0.966	3.4970	6	21	40	81	17	2. توفر المؤسسة بيئة عمل محفزة للعمل الإبداعي
			3.6	12.7	24.2	49.1	10.3	
1.151	1.072	2.915	8	68	29	50	10	3. أهداف الإبداع معروفة لدى جميع أفراد المؤسسة
			4.8	41.2	17.6	30.3	6.1	
1.140	1.067	3.5394	6	31	20	84	24	4. مشاركة أفراد المؤسسة في خلق الأفكار الإبداعية
			3.6	18.8	12.1	50.9	14.5	
1.107	1.052	3.9515	3	21	14	70	57	5. تدعيم التكنولوجيا المستعملة في الإنتاج
			1.8	12.7	8.5	42.4	34.5	
1.331	1.153	3.7333	5	29	20	62	49	6. تغيير التكنولوجيا المستعملة في الإنتاج
			3	17.6	12.1	37.6	29.7	
0.770	0.877	3.9333	3	12	15	98	37	7. تكوين وتدريب الفراد حول تقنيات جديدة للإنتاج والتسيير
			1.8	7.3	9.1	59.4	22.4	
1.247	1.116	3.5827					/	بيئة الإبداع في المؤسسة
			4.2	17.5	13.9	44.4	19.9	

يشير الاتجاه العام للنتائج ان مؤسسات عينة الدراسة توفر بيئة عمل بدرجة كبيرة لعملية الإبداع، بمتوسط حسابي 3.85 وانحراف معياري 1.11، هذا وتأرجحت الأوزان بين الدرجة الكبيرة والمتوسطة، فقد قامت هذه المؤسسات بتدعيم التكنولوجيا المستعملة في الإنتاج (متوسط حسابي 3.95) حيث احتلت هذه الفقرة المرتبة الأولى، وقامت أيضا بتغيير التكنولوجيا المستعملة (متوسط حسابي 3.73)، وهو ما يدل على الحرص الكبير لمؤسسات عينة الدراسة بأهمية تدعيم او تغيير التكنولوجيا المستعملة في الإنتاج ومواكبة التغيرات والتطورات التي تحدث في هذا المجال وذلك يقينها بالدور الذي تلعبه في تحسين المنتجات وطرق الإنتاج، وبالتالي التميز ومواجهة المنافسة والمنافسين بمنتجات ذات جودة رفيعة وتحقيق السبق في طرح منتجات جديدة، تعزز بها موقفها التنافسي وتفوقها. هذا إلى جانب اهتمامها بتكوين وتدريب الإطار بمختلف الصيغ

والدرجات على أحدث تقنيات الإنتاج والتجهيزات التكنولوجية المتطورة، وكذا تقنيات وأساليب التسيير الحديثة (متوسط حسابي 3.93)، في حين نلاحظ أن اهتمامها بالجوانب الأخرى للإبداع كانت بدرجة متوسطة، فيما يخص مشاركة أفراد المؤسسة في خلق الأفكار الإبداعية (متوسط حسابي 3.53)، وهو ما يبين هيمنة القرارات والخطط في الإدارة العليا فقط دون مشاركة مختلف الإطارات والفاعلين في المشاركة في رسم الاستراتيجيات والبرامج، وعدم منحهم حرية المشاركة وطرح أفكارهم، وهو ما تدعمه الفقرة الخاصة بمدى معرفة وإطلاع جميع أفراد المؤسسة على أهداف الإبداع والتي كانت بدرجة متوسطة (متوسط حسابي 2.91)، أما فيما يخص وجود مصلحة/ مديرية خاصة بالبحث والتطوير فإن ذلك بدرجة متوسطة (متوسط حسابي 3.50)، هناك بعض من مؤسسات عينة الدراسة تهتم بهذا الجانب وتوفر ذلك وتضم ضمن هيكلها التنظيمي مديرية خاصة بها، وهناك لا تهتم بذلك أصلا ويعود هذا للتكاليف الإضافية المنجزة على إنجاز مشاريع خاصة بالبحث والتطوير وهو ما يكلفها أعباء إضافية لا تستطيع تحملها.

الجدول (3): يوضح إجابات أفراد العينة حول العمليات الإبداعية في المؤسسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الخيارات المتاحة					التكرار	العبارة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
1.151	3.7455	6	27	18	66	48	التكرار	8. قامت المؤسسة بطرح منتج جديد
		3.6	16.4	10.9	40	29.1	النسبة%	
0.739	4.2606	1	4	11	84	65	التكرار	9. تعمل على تحسين جودة المنتجات
		0.6	2.4	6.7	50.9	39.4	النسبة%	
0.899	4.0424	2	11	18	81	53	التكرار	10. تبني الأفكار والأساليب الجديدة في العمل
		1.2	6.7	10.9	49.1	32.1	النسبة%	
0.946	3.9939	2	14	20	76	53	التكرار	11. تبني بصفة مستمرة طرق وتقنيات إنتاج جديدة
		1.2	8.5	12.1	46.1	32.1	النسبة%	
0.808	4.1879	2	4	17	80	62	التكرار	12. تنوع واكتشاف مصادر جديدة للمواد الأولية والموردين
		1.2	2.4	10.3	48.5	37.6	النسبة%	
0.934	4.046					/	التكرار	العمليات الإبداعية في المؤسسة
		1.6	7.3	10.2	46.9	34.1	النسبة%	

نلاحظ من خلال الاتجاه العام ان مؤسسات عينة الدراسة قامت بعمليات إبداعية مختلفة ومتعددة بدرجة كبيرة (متوسط حسابي 4.04 وانحراف معياري 0.93)، وهو ما يبين اهتمامها بعملية الإبداع كأداة مهمة في نموها وتطورها وتميزها وكذا تعزيز موقفها التنافسي في ظل بيئة معقدة ومضطربة ومنافسة شديدة خاصة من الشركات والمنتجات الأجنبية. واحتلت عملية تحسين جودة المنتجات المرتبة الأولى بين العمليات الإبداعية المحققة من طرف مؤسسات عينة الدراسة بمتوسط حسابي 4.26 وانحراف معياري 0.54، هذا ما يبين أن أهم العمليات المحققة هو إدخال تحسينات على المنتجات، يلها تنوع واكتشاف مصادر جديدة للمواد الأولية والموردين بمتوسط حسابي 4.18 وانحراف معياري 0.80، يدل ذلك على الأهمية التي توليها هذه المؤسسات في

اكتشاف وتنوع مصادر من جهات مختلفة ومتعددة للتموين بالمواد الأولية بحثا عن الجودة والسعر وضمان التزود تجنباً لوقوع في أزمة التموين قد تؤثر على نشاط عملها، تليها تبني بصفة مستمرة طرق وتقنيات إنتاج جديدة بمتوسط حسابي 4.04 وانحراف معياري 0.89، يدل هذا على اهتمامها بكل ما يتعلق بالتطورات الحاصلة في المحيط فيما يخص المعلومات التقنية والعلمية والتجهيزات التكنولوجية الجديدة والمتطورة، طرق وتقنيات إنتاج جديدة، وكل ما له صلة بالإبداع التكنولوجي، وقامت هذه المؤسسات بطرح منتجات جديدة في السوق بمتوسط حسابي 3.74، هذا ما يدعم اهتمامها بالإبداع التكنولوجي ومسيرة التحولات والتطورات الحاصلة في البيئة لمواجهة من جهة حدة المنافسة، ولخلق مكانة لها بين المنافسين من جهة أخرى تدعم موقفها وميزتها التنافسية ونموها وتفوقها، رغم أن الإبداع في المنتجات في الجزائر هو منتجات مقلدة من الشركات العالمية الكبيرة تكون بيد عاملة جزائرية ومواد أولية النسبة الكبيرة منها مستوردة، لكن هذا لم يمنعها بمحاولة مسيطرة ركب التكنولوجيا والتطورات.

نلاحظ من خلال النتائج الاهتمام الكبير لمؤسسات عينة الدراسة بالإبداع التكنولوجي وكل ما له صلة بذلك، من الاهتمام بالمعلومات التقنية والعلمية والمعرفية، التكنولوجيات والتجهيزات الحديثة المتطورة، أساليب وتقنيات عمل وإنتاج جديدة، بمعنى ما يتعلق بالمنتج وطرق الإنتاج. هذا وتوسع هذه المؤسسات إلى توفير بيئة عمل ملائمة تساعد على العمل الإبداعي، من خلال تدعيم وتغيير التكنولوجيات والتجهيزات المتطورة، تكوين وتدريب الإطارات من خلال دورات تكوينية وتربصات سواء بالجزائر أو بالخارج على أحدث التقنيات وأساليب العمل لمواكبة التطورات الحاصلة، فيما يخص مشاركة أفراد المؤسسة في خلق الأفكار الإبداعية فإن ذلك يكون بدرجة متوسطة وهو ما يبين هيمنة القرارات والخطط في الإدارة العليا فقط دون مشاركة مختلف الإطارات والفاعلين في المشاركة في رسم الاستراتيجيات والبرامج، وعدم منحهم حرية المشاركة وطرح أفكارهم، وهو ما تدعمه الفقرة الخاصة بمدى معرفة واطلاع جميع أفراد المؤسسة على أهداف الإبداع والتي كانت بدرجة متوسطة، أما فيما يخص وجود مصلحة/ مديرية خاصة بالبحث والتطوير فإن ذلك بدرجة متوسطة، هناك بعض من مؤسسات عينة الدراسة تهتم بهذا الجانب وتوفر ذلك وتضم ضمن هيكلها التنظيمي مديرية خاصة بها، وهناك لا تهتم بذلك أصلاً ويعود هذا للتكاليف الإضافية المنجزة على إنجاز مشاريع خاصة بالبحث والتطوير وهو ما يكلفها أعباء إضافية لا تستطيع تحملها.

من أهم العمليات الإبداعية المحققة من طرف مؤسسات عينة الدراسة عملية تحسين جودة المنتجات، يليها تنوع واكتشاف مصادر جديدة للمواد الأولية والموردين يدل ذلك على الأهمية التي توليها هذه المؤسسات في اكتشاف وتنوع مصادر من جهات مختلفة ومتعددة للتموين بالمواد الأولية بحثا عن الجودة والسعر وضمان التزود تجنباً لوقوع في أزمة التموين قد تؤثر على نشاط عملها، تليها تبني بصفة مستمرة طرق وتقنيات إنتاج جديدة يدل هذا على اهتمامها بكل ما يتعلق بالتطورات الحاصلة في المحيط فيما يخص المعلومات التقنية والعلمية والتجهيزات التكنولوجية الجديدة والمتطورة، طرق وتقنيات إنتاج جديدة، وكل ما له صلة بالإبداع التكنولوجي.

الخاتمة:

من خلال ما سبق ذكره في هذه الورقة، تتضح الأهمية البالغة التي يكتسبها الإبداع التكنولوجي بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية التي تهدف إلى التفوق والتميز والنجاح، فهو أصبح يمثل أحد أهم الأسس لتحقيق المزايا التنافسية وتحسين الأداء والفعالية، ويساعدها على مواجهة المشكلات وتحديات المستقبل من خلال الدور الذي يؤديه في التجديد والتطوير، فالمؤسسات التي لا تبذل جهداً فإن مصيرها التراجع وقد يكون الزوال. لقد أصبح الإبداع أحد العوامل الهامة المساهمة في الازدهار الاقتصادي فهو الأداة الأكثر قوة التي تجلب التفوق والتميز والنجاح في إنتاج وتسويق السلع والخدمات ذات الجودة العالية سواء كانت جديدة أو مطورة، وتوفير فرص وأسواق جديدة. فقد قامت العديد من الشركات والمؤسسات باستثمارات كبيرة في مجال البحث والتطوير وابتدت تحصد العديد من براءات الاختراع. وتستمر الحاجة للإبداع إلى التزايد الكبير في المنافسة العالمية الشديدة، والمؤسسات التي تقوم باستثمارات لتحقيق العمليات الإبداعية تعمل باستمرار على تحسين جودة منتجاتها وطرح أخرى جديدة في السوق تكون لها السبق وتعزز عمليات التصميم بها وتحدد استراتيجيات تسويق ابتكارية ودائمة ما تنجح في تعزيز مركزها السوقي وتحقق النمو والتطور.

يتضح من خلال الدراسة التي أجريت على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بخصوص واقع الإبداع التكنولوجي ودرجة تبنيه فيها، أن الإبداع بالمؤسسة الجزائرية لا يزال يراوح مكانه، فبالرغم من اختلاف درجة تبنيه والإبداعات المحققة من مؤسسة لأخرى، إلا أنه لا يعدو أن يكون منتج محسن فقط في غالب الأحيان وتقليد لمنتجات الشركات الأجنبية الرائدة، رغم بعض المحاولات من عدد من الشركات التي تحاول النهوض والنمو والتطور بشركائها للأحسن لكن لم تصل إلى مستوى درجة الإبداع، وذلك راجع لأسباب متعددة ومتشعبة منها ثقافة المؤسسة الجزائرية التي مازالت تسير على أساس طرق وتقنيات تقليدية قديمة، صعوبات مالية وصعوبة الحصول على قروض بنكية، وما يكلفه الإبداع من تكاليف، غياب سياسة في المؤسسة لتبني الإبداع، وغيرها من العوائق والعقبات التي تعترض المؤسسة الجزائرية لتبني عمليات الإبداع.

وفي ظل الظروف والمعطيات المحيطة بالمؤسسة الجزائرية من بيئة تتسم بالتعقيد والديناميكية، وانفتاح الأسواق وتحرير التجارة الخارجية أمام كبرى الشركات العالمية، وما تفرضه العولمة والانضمام المرتقب للجزائر للمنظمة العالمية للتجارة، وجب على المؤسسة الاقتصادية الجزائرية التفكير وإعادة النظر في سياساتها واستراتيجياتها التسييرية والانتاجية، وتبني سياسة الإبداع في المؤسسة وتشجيع وتحفيز الأفراد المبدعين والأفكار الإبداعية وإشراكهم في وضع السياسات والخطط، توفير مناخ ملائم للإبداع ووضع ميزانية خاصة بالبحث والتطوير، تكوين الأفراد وتدريبهم من خلال برمجة دورات تكوينية وتربصات لاكتساب معارف جديدة ومواكبة التطورات الحاصلة في مجال النشاط، وغيرها من التدابير التي تستطيع بواسطتها تنمية وتطوير المؤسسة وتحسين الأداء وتحقيق الفعالية الاقتصادية، لمواجهة التهديدات والمنافسة القوية والشرسة، وتعزيز الموقع السوقي والتنافسي.

المراجع والهوامش:

1. Bettina Von Stamm, **Leadership for innovation: what you can do to create a culture conducive to innovation**, Strategic Direction, Vol 25 N 6/2009, p 13.
2. سليم بطرس جلدة، إدارة الإبداع والابتكار، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 21.
3. André-Jean Rigny, **Structure et Capacité d'Innovation**, édition Homme et Technique, France, 1973, p29.
4. Christian G. SANDSTROM, **A revised perspective on disruptive Innovation- Exploring Value**, Networks and Business models, Thesis of doctorat Philosophy, Division of Innovation Engineering and Management, Department of Technology and Economics, Chalmers University of Technology, Goteborg, Sweden, 2010, p 01.
5. Anne SANDER, **Les politiques de soutien à l'innovation, une approche cognitive. Le cas des Cortechs en Alsace**, Thèse de doctorat en sciences économique, Université Louis Pasteur, Strasbourg1, France, 2005, p 19.
6. Ibid, p 19.
7. Dimitri UZUNIDIS, **L'Innovation et l'économie contemporaine**, De Boeck, 1èreéd, Bruxelles, 2004, p 08.
8. Jean Lachlan, **Le Financement des stratégies de l'innovation**, Economica Paris ; 1993, p 10.
9. Document de travail 9ème session de la Conférence des ministres Africains de l'économie et des finances de l'Union Africain, Innovation et transfert de technologie au service du renforcement de la productivité et de la compétitivité en Afrique thème : **l'Industrialisation au service du développement inclusif et de la transformation en Afrique**, Abuja-Nigeria le 29-30 Mars 2014, p 04.
10. Gregory G. Dress et al, **Strategic management**, Mc Graw Hill, USA, 2008, p 413.
11. John R. Schermerrhorn, David S. Chappell, **Principes de management**, éd du Renouveau Pédagogique, Canada, 2002, p 332.
12. د. مسعداوي يوسف، إشكالية الإبداع واقتصاد المعرفة في منظمات الأعمال، مداخلة تدخل في إطار الملتقى الدولي حول اقتصاديات المعرفة والإبداع، جامعة سعد دحلب البليلة يوم 17/18/04/2013، ص 3.
13. Olivier Meier et al, **Gestion du changement**, Dunod, 2007, p 43.
14. Research & Development, Innovation, and the Science and Engineering Workforce (2012), A Companion to Science and Engineering Indicators 2012, National Science Board, USA, p 03.
15. Bertrand Bellon, **L'Innovation créatrice**, Economica, France, 2002, p 3.
16. Lee Zhuang, David Williamson, Mike Carter (1999), **Innovation or Liquidate- are all organizations convinced? A Two-phased study into the innovation process**, Management Decision, vol 37/1 (1999), p 57.
17. Christian G. SANDSTROM, Op. cit, p 03.
18. Authorless, **Innovate or die: Why innovation is the key to business success in a changing world**, Strategic Direction, Vol. 27 N 7/2011, p 13.
19. FLORENCE Durieux, Management de l'innovation, une approche évolutionniste, Vuibert, 2000, p05.
20. Brice Auckenthaler et autres, **Réinventer l'innovation – Rompre avec les Idées Reçues et Ressusciter l'envie**, édition LIAISONS, Paris, 1997, p 11

21. د.ناصر مراد، دور الإبداع في تحسين أداء منظمات الأعمال، مداخلة تدخل في إطار الملتقى الدولي حول اقتصاديات المعرفة والإبداع، جامعة سعد دحلب البليدة يومي 17/18/04/2013، ص 12.
22. فرحات عباس، دور خدمات ما بعد البيع في تعزيز المركز السوقي للمؤسسة الصناعية دراسة حالة: شركة كوندور للإلكترونيك، مذكرة ماجستير علوم تجارية كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2005 – 2006، ص 38.
23. د.فريد كورتل، د.ليجيري نصيرة، الإبداع والريادة في المنظمات الاقتصادية، مداخلة تدخل في إطار الملتقى الدولي حول اقتصاديات المعرفة والإبداع، جامعة سعد دحلب البليدة يومي 17/18/04/2013، ص 7.
24. د.ناصر مراد، مرجع سابق، ص 7.
25. د.شريف غياط، أ. محمد بوقوم، حاضنات الأعمال التكنولوجية ودورها في تطوير الإبداع والابتكار بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة – حالة الجزائر – مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 6، جامعة محمد خيضر بسكرة، ديسمبر 2009، ص 57.
26. بومعزة سهيلة، دور اليقظة في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر – موبيليس – مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة منتوري قسنطينة، 2008 – 2009، ص 33.
27. دويس محمد الطيب، براءة الاختراع مؤشر لقياس تنافسية المؤسسات والدول – حالة الجزائر- مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2004-2005، ص 35.
28. أنصيرة قوريش، الإبداع ودوره في رفع القدرة التنافسية للمؤسسات، مداخلة تدخل في إطار الملتقى الدولي الرابع حول: المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية المنعقد بجامعة حسبية بن بوعلي الشلف يومي 10-11 نوفمبر 2010، ص 6.
29. Melissa SCHILLING & François THERIN, **Gestion de l'innovation technologique**, Maxima, Paris, 2006, p 11.
30. Grégory CLIQUET, Op. cit, p 14.
31. Laurent MULLER, **Innovation et efficacité de protection des technologies des entreprises d'ingénierie Métallurgique**, De Bock/Innovations : 2007/1 no25, p 156.
32. محمد سعيد أوكيل، اقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994، ص 33.
33. Jean Lachlan, Op. cit, p 22.
34. Jean Claude TARONDEAU : **Recherche et Développement**, Vuibert, Paris, 1994, p 37.
35. أحمد بن قطاف، أهمية حاضنات الأعمال التقنية في دعم وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبدعة في الجزائر. مذكرة ماجستير تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2006-2007، ص 29.
36. المرجع نفسه، ص 29.
37. محمد سعيد أوكيل، مرجع سابق، ص 34.
38. نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)، دار وائل للنشر، عمان، ط 1، 2003، ص 167.
39. Joël BROUSTAIL, Frédéric FRERY, **Le management stratégique de l'innovation**, Edition DALLOZ, 1993, p 10.
40. Ibid, p 12.

41. نبيل محمد مرسى، استراتيجية الإنتاج والعمليات مدخل استراتيجي، الدار الجامعية الجديدة، مصر 2002، ص ص 231-232.

42. Cécil PATRIS&Gérard VALENDUC&Françoise WARRANT, **L’Innovation technologique au service du développement durable**, Rapport de recherche, Centre de Recherche Travail&Technologies, Fondation Travail Université Asbl, Namur, Belgique, 2001, p 07.

43. العهار فلة، دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماجستير إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير الخروبة جامعة الجزائر3، 2005-2006، ص 154.

44. بن عاتق حنان، حجاموي توفيق، واقع الإبداع التكنولوجي وتأثيره على أداء المنظمة في الجزائر، مداخلة تدخل في إطار الملتقى الدولي حول الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة -دراسة و تجارب وطنية و دولية- جامعة سعد دحلب البليدة يومي 18 و 19 ماي 2011، ص 07.